

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN FILM MALANG  
MELINTANG SERIES DI YOUTUBE MALANG STRUDEL  
TERHADAP FREKUENSI MEMBELI PRODUK KUE  
MALANG STRUDEL**

Studi Pada Konsumen Malang Strudel

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Mendapat Gelar Sarjana (S-1)



**Disusun Oleh :**

Ardyanto Wibowo  
201310040311245

**Dosen Pembimbing :**

Drs. Budi Suprpto, M. Si, Phd  
Novin Farid Styowibowo, S. Sos, M.Si



**PROGRAM STUDI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2018**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Ardyanto Wibowo  
NIM : 201310040311245  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Tayangan Film Malang Melintang  
Series Terhadap Frekuensi Membeli Produk Kue Malang Strudel (Studi  
Pada Konsumen Malang Strudel)

Pembimbing I Disetujui, Pembimbing II

**Drs. Budi Suprpto, M.Si. Ph.D** **Novin Farid Styow Wibowo, M.Si**

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



**M. Himawan Sutanto, M.Si**

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN FILM MALANG  
MELINTANG SERIES TERHADAP FREKUENSI MEMBELI  
PRODUK KUE MALANG STRUDEL  
( STUDI PADA KONSUMEN MALANG STRUDEL )**

Diajukan Oleh :

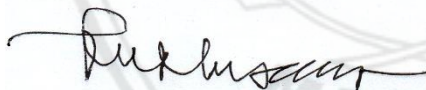
**ARDYANTO WIBOWO**

201310040311245

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Selasa / 10 Juli 2018*

Pembimbing I



**Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D**

Pembimbing II



**Novin Farid Styowibowo, M.Si**

Dekan



**Dr. Rinikso Kartono, M.Si**

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



**M. Himawan Sutanto, M.Si**

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ARDYANTO WIBOWO**


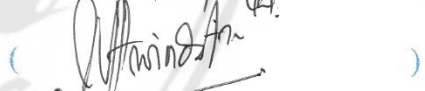


**201310040311245**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

**L U L U S**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Pada hari Selasa 10 Juli 2018  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Jamroji, M.Comm** (  )
2. **Winda Hardyanti, M.Si** (  )
3. **Drs. Budi Suprpto, M.Si, P.hd** (  )
4. **Novin Farid Styo Wibowo, M.Si** (  )

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Dr. Rinikso Kartono, M.Si**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ardyanto Wibowo  
Tempat, tanggal lahir : Wonosobo, 24 Mei 1995  
Nomor Induk Mahasiswa : 201310040311245  
Fakulta : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

**Pengaruh Terpaan Tayangan Film Malang Melintang Series Terhadap Frekuensi Membeli Produk Kue Malang Strudel (Studi Pada Konsumen Malang Strudel)**

Adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 19 Maret 2018

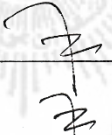
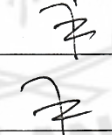


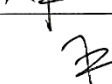
Yang Menyatakan,



Ardyanto Wibowo

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Ardyanto Wibowo
2. NIM : 201310040311245
3. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Jurusan : Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Audio Visual
6. Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN TAYANGAN FILM MALANG  
MELINTANG SERIES TERHADAP FREKUENSI MEMBELI  
PRODUK KUE MALANG STRUDEL (Studi Pada Konsumen Malang  
Strudel)
7. Pembimbing : 1. Dr. Budi Suprpto, M.Si. Ph.D  
2. Novin Farid Styo Wibowo, M.Si
8. Kronologi Bimbingan

| Tanggal          | Paraf Pembimbing  |  | Keterangan         |
|------------------|---|--|--------------------|
|                  | Pembimbing I  | Pembimbing II  |                    |
| 12 April 2017    |  |  | Acc Judul          |
| 1 Agustus 2017   |  |  | Acc Bab 1,2,3      |
| 3 Agustus 2017   |  |  | Seminar Proposal   |
| 15 Desember 2017 |  |  | Acc Penelitian     |
| 15 Maret 2018    |  |  | Acc Bab 4,5,6      |
| 19 Maret 2018    |  |  | Acc seluruh naskah |

Malang, 19 Maret 2018

Disetujui,

Pembimbing I



Drs. Budi Suprpto, M.Si. Ph.D

Pembimbing II



Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos. *JK-F*

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Malang Melintang Series terhadap Frekuensi Membeli Malang Strudel (Studi pada konsumen Malang Strudel)”

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bekal ilmu pengetahuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, penelitian ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kesehatan, serta mengabulkan doa-doa peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang diharapkan.
2. Kedua orang tua peneliti, Bapak Tugiyanto dan Ibu Arihati Saryuniati tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat serta dukungan yang luar biasa kepada peneliti selama menjalankan kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ketiga adik peneliti, Zerina Nurkhamamah tercinta yang selalu menghibur & menyemangati dan memberikan keceriaan kepada peneliti setiap hari hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Drs. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor dari kampus kebanggan, Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Rinekso Kartono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang
6. Bapak M.Himawan Sutanto, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang



7. Bapak Drs. Budi Suprpto, M.Si, Ph.D, selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia dengan disiplin dan sabar membimbing, memberikan ilmu, dorongan dan meluangkan waktu hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, dorongan dan meluangkan waktu hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman, sahabat dan keluarga kecil “Banana Milk”, Ineke “babi kecil” yang tidak lelah dalam memberikan semangat dan omelan, Nimas “kakpar” yang selalu memberikan semangat, motivasi dan pencerahan, Yona “jaran 1” yang selalu menghibur dikala suntuk, Nisa “tompel” yang selalu menjadi tempat curhat, Juna “cak har” yang selalu menghibur dan menyemangati, Ayu “jaran 2” yang tidak lelah dengan omelan dan menghibur, dan Putra “kangkung” yang memberikan semangat dan motivasi.
10. Teman keluarga dan sahabat dari “Moments”, Sigit, Nisa, Ical, Winda, Della, Candra, Ojan yang selalu kompak hingga saat ini terima kasih atas kehangatan, kekeluargaan, dan keceriaan yang selalu diberikan selama masa-masa memperjuangkan Moments. Dan memberikan kenangan yang tidak akan terlupakan.
11. Keluarga besar Ilmu Komunikasi E 2013, Galih, Mada, Krisna, Sri, Zum, Devi, Fany, Risa, Bombom. dan lain-lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas kehangatan, kekeluargaan, dan keceriaan yang selalu diberikan kepada peneliti selama masa-masa kuliah.
12. Teman-teman dan sahabat sebelum dan sesudah mengenal bangku perkuliahan, Topan, Ivan, Bagus, Kevin, Ridok, Bima, dan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu terima kasih atas dorongan dan supportnya agar peneliti cepat lulus.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, oleh karenanya peneliti mengharapkan adanya saran yang dapat memperbaiki kekurangan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Amin.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* *al'amin*, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat saya junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena berkat-Nya saya dapat landasan dan tuntunan untuk beribadah kepada Allah SWT.

Skripsi ini merupakan pembahasan mengenai “Pengaruh Terpaan Tayangan Malang Melintang Series terhadap Frekuensi Membeli Malang Strudel (Studi Pada konsumen Malang Strudel)”. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Peneliti juga menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan kedepan.

Malang, 3 Juni 2018

Ardyanto Wibowo

## DAFTAR ISI

|   | Halaman     |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>        | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>          | <b>iii</b>  |
| <b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                        | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                    | <b>xv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                          | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                      | 1           |
| 1.2 Rumusan Permasalahan .....                | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                   | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                  | 6           |
| 1.4.1 Manfaat Akademis.....                   | 7           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                    | 7           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA ..</b>               | <b>8</b>    |
| 2.1 Komunikasi Pemasaran dalam New Media..... | 8           |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....               | 8           |
| 2.1.3 Strategi Pemasaran .....                | 11          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.1.3.1 Promosi.....                                 | 11        |
| 2.1.4 New Media .....                                | 12        |
| 2.2 Media Sosial .....                               | 13        |
| 2.2.1 Media Sosial <i>Youtube</i> .....              | 15        |
| 2.3 Elemen Program Acara.....                        | 16        |
| 2.4 Perilaku Konsumen.....                           | 18        |
| 2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan.....              | 19        |
| 2.5 Landasan Teori.....                              | 20        |
| 2.5.1 Model AIDA.....                                | 20        |
| 2.5.2 Teori S-R.....                                 | 22        |
| 2.7 Kerangka Pikiran.....                            | 24        |
| 2.8 Definisi Konseptual.....                         | 24        |
| 2.8.1 Terpaan Tayangan Malang Melintang Series. .... | 24        |
| 2.8.2 Frekuensi Membeli Malang Strudel.....          | 25        |
| 2.9 Definisi Operasional.....                        | 25        |
| 2.9.1 Variabel X.....                                | 26        |
| 2.9.2 Variabel Y.....                                | 27        |
| 2.10 Hipotesis.....                                  | 28        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>           | <b>29</b> |
| 3.1 Jenis dan Metode Penelitian .....                | 29        |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                | 29        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                        | 30        |
| 3.3.1 Populasi .....                                 | 30        |

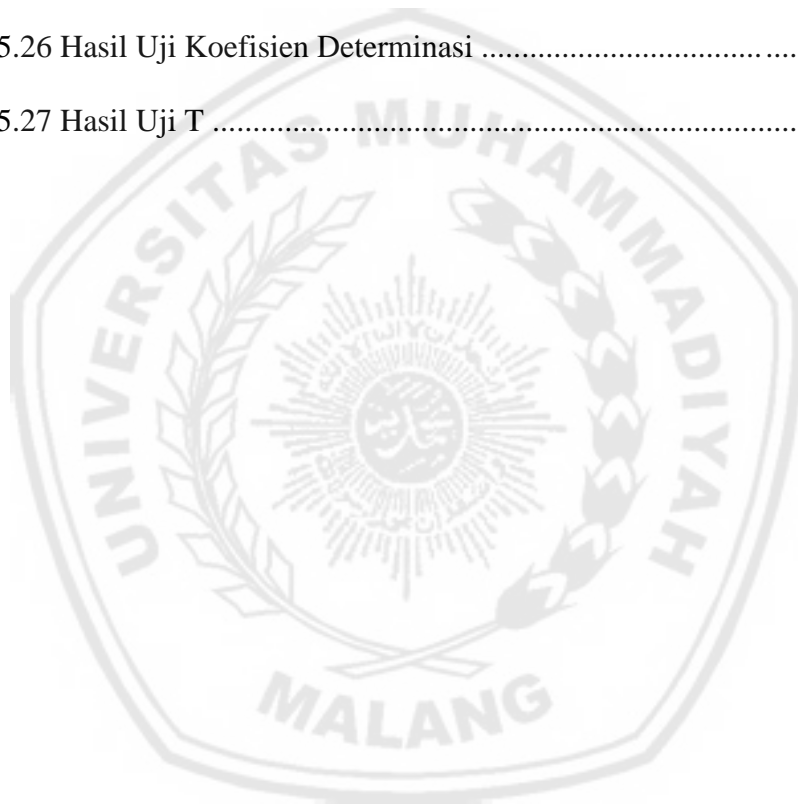
|   |           |
|---|-----------|
| 3.3.2 Sampel.....   | 30        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....  | 31        |
| 3.4.1 Kuesioner .....   | 31        |
| 3.4.2 Dokumentasi .....   | 32        |
| 3.5 Pengujian Instrumen .....   | 32        |
| 3.5.1 Uji Validitas .....   | 32        |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....  | 34        |
| 3.5.3 Uji Normalitas .....  | 35        |
| 3.6 Regresi Linier Sederhana .....  | 36        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>   | <b>37</b> |
| 4.1 Sejarah Malang Strudel .....  | 37        |
| 4.2 Visi dan Misi Malang Strudel.....   | 38        |
| 4.3 Produk Malang Strudel .....   | 38        |
| 4.4 Channel Youtube Malang Strudel .....  | 40        |
| 4.5 Tayangan Malang Melintang Series .....  | 41        |
| <b>Bab V SAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>   | <b>45</b> |
| 5.1 Identitas Responden .....   | 45        |
| 5.2 Variabel Terpaan Tayangan Malang Melintang Series (Variabel X) .....                  | 47        |
| 5.3 Variabel Frekuensi Membeli Malang Strudel (Variabel Y).....                           | 59        |
| 5.4 Pengaruh Terpaan Tayangan Malang Melintang Terhadap<br>Frekuensi Membeli Produk ..... | 70        |
| 5.4.1 Pengujian Asumsi Klasik.....  | 71        |
| 5.4.1.1 Asumsi Normalitas .....   | 71        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.4.1.2 Asumsi Heteroskedastisitas ..... | 72        |
| 5.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana ..... | 74        |
| 5.4.3 Uji Koefisien Determinasi .....    | 75        |
| 5.4.4 Uji F .....                        | 76        |
| 5.4.5 Uji T .....                        | 76        |
| 5.5 Pembahasan Penelitian .....          | 77        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>81</b> |
| 6.1 Kesimpulan.....                      | 81        |
| 6.2 Saran .....                          | 83        |
| 5.3 Saran Akademis .....                 | 83        |
| 5.3 Saran Praktis .....                  | 83        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>               | <b>84</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                     | <b>86</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Model Hirarki Tanggapan .....                             | 22 |
| Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel X & Y .....                        | 33 |
| Tabel 3.2 Uji reliabilitas Variabel .....                           | 35 |
| Tabel 5.1 Identitas Responden Jenis Kelamin .....                   | 46 |
| Tabel 5.2 Identitas Responden Usia .....                            | 46 |
| Tabel 5.3 Apakah Anda Tertarik Saat Melihat Cover Tayangan.....     | 47 |
| Tabel 5.4 Apakah Anda Tertarik Menonton Tayangan .....              | 48 |
| Tabel 5.5 Berapa Kali Menonton Tayangan Malang Melintang .....      | 49 |
| Tabel 5.6 Apakah Menonton Tayangan Satu Episode Penuh .....         | 50 |
| Tabel 5.7 Apakah Memperhatikan Detail Tayangan .....                | 51 |
| Tabel 5.8 Tingkah Konyol Pada Malang Melintang Series .....         | 52 |
| Tabel 5.9 Ketertarikan Jika Ada Teuku Wisnu Di Dalam Tayangan.....  | 53 |
| Tabel 5.10 Kesadaran Menonton Tayangan Malang Melintang .....       | 54 |
| Tabel 5.11 Apakah Tayangan Malang Melintang Unik Dan Menghibur..... | 55 |
| Tabel 5.12 Apakah anda menyukai Malang Melintang .....              | 56 |
| Tabel 5.13 Apakah Memperhatikan Produk Malang Strudel.....          | 57 |
| Tabel 5.14 Setujukah Anda Mendapatkan Informasi Produk .....        | 58 |
| Tabel 5.15 Apa Tertarik Mencari Tahu Malang Strudel.....            | 59 |
| Tabel 5.16 Apakah Mengunjungi Website Malang Strudel.....           | 60 |
| Tabel 5.17 Apakah Menarik Setting Tempat Malang Strudel.....        | 61 |
| Tabel 5.18 Apakah Tertarik Datang Ke Tempat Malang Strudel.....     | 62 |
| Tabel 5.19 Apakah Tertarik Membeli Malang Strudel .....             | 63 |

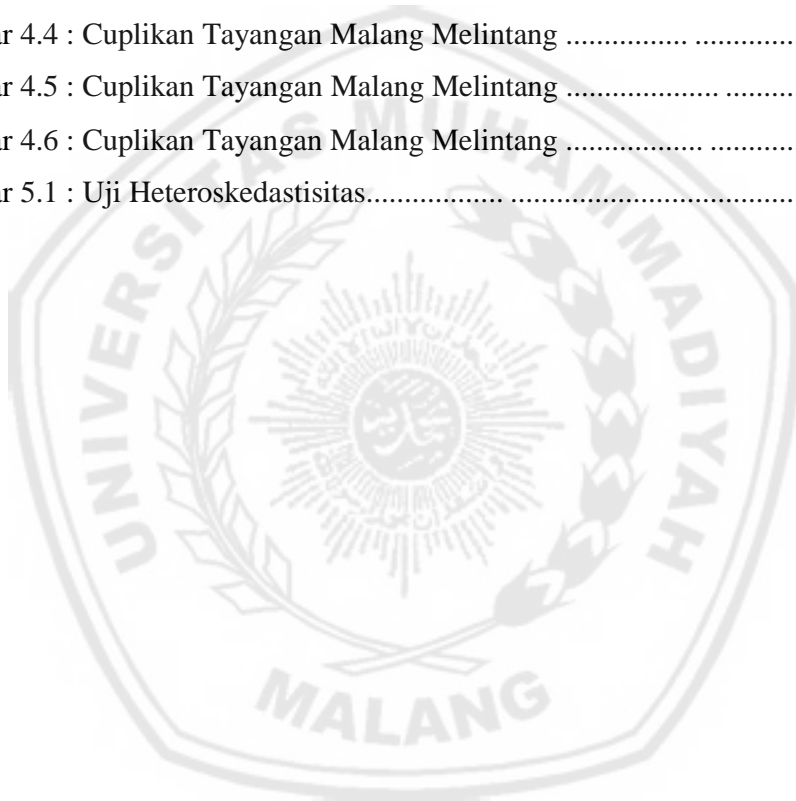
|  |    |
|--|----|
| Tabel 5.20 Apakah Memutuskan Membeli Karena Teuku Wisnu..... | 64 |
| Tabel 5.21 Apakah Membeli Karena Varian Rasa Unik.....       | 65 |
| Tabel 5.22 Apakah Menyukai Malang Strudel .....              | 66 |
| Tabel 5.23 Berapa Kali Membeli Malang Strudel.....           | 67 |
| Tabel 5.24 Uji Normalitas Klamogrov Smirnov.....             | 69 |
| Tabel 5.25 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....          | 71 |
| Tabel 5.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....             | 71 |
| Tabel 5.27 Hasil Uji T .....                                 | 68 |





## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1: Tahapan Pengambilan Keputusan .....                         | 19 |
| Gambar 2.2 : Gambaran Teori S-R .....                                   | 23 |
| Gambar 2.3 : Hubungan Terpaan Tayangan terhadap Frekuensi Membeli ..... | 24 |
| Gambar 4.1 : Produk Malang Strudel .....                                | 39 |
| Gambar 4.2 : Channel Youtube Malang Strudel .....                       | 40 |
| Gambar 4.3 : Cover Program Acara Malang Melintang .....                 | 42 |
| Gambar 4.4 : Cuplikan Tayangan Malang Melintang .....                   | 43 |
| Gambar 4.5 : Cuplikan Tayangan Malang Melintang .....                   | 43 |
| Gambar 4.6 : Cuplikan Tayangan Malang Melintang .....                   | 44 |
| Gambar 5.1 : Uji Heteroskedastisitas.....                               | 44 |



## Daftar Pustaka

### **Buku:**

- Basu Swastha dan Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nasrullah, Rulli. 2013. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Simbiosis Rektama Media, Bandung.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Solomon, M. R. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. 2006. *Metode penelitian survei*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*, Ghalia, Bogor.
- Winarni. 2003. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Malang: UMM Press

### **Non Buku :**

- Lestari, Sinta Petri, 2005. Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan, Universitas Diponegoro Semarang.

Jurnal Komputer ([www.jurnalkomputer.com](http://www.jurnalkomputer.com)) diakses pada 8 April 2017

Situs Web resmi Malang Strudel ([www.malangstrudel.com](http://www.malangstrudel.com)) diakses pada 5 April 2017)

Akun tumblr resmi milik Malang Strudel ([www.malangstrudel.tumblr.com](http://www.malangstrudel.tumblr.com)) diakses pada 18 April 2017

Situs resmi Drama Komedi Malang Melintang Series ([www.malangmelintang.net](http://www.malangmelintang.net)) diakses pada 25 April 2017

Channel Youtube Malang Strudel ([www.youtube.com/malangmelintangseries](http://www.youtube.com/malangmelintangseries)) diakses pada 2 Mei 2017

Situs Resmi Wikipedia Indonesia (<https://id.wikipedia.org/wiki/Youtube>) diakses pada 16 Mei 2017)

